2021在线教育行业的发展趋势

2013年在线教育元年开启，对于整个教育行业来说意义重大，打开了教育行业通向资本的大门，随后在线教育迎来了第一波资本热潮，即使面对2015年资本寒冬，教育行业凭借健康的现金流及抗风险的逆周期能力，在短暂的经济下行过程中，依然能很快吸引资本的注意。教育行业在经历了16年的投融资高峰之后，截止2019年，行业融资事件数明显呈一个下降趋势。甚至2019年仅仅发生了332起融资事件，对比去年同期降幅已经迫近50%大关，达到了47%。融资事件的减少已经连续发生三年，与前一年相比，18年下降21%，17年下降10%。

在线教育的创业门槛被无形之中拉高，各个赛道的格局相对稳定，初创企业面对的市场环境也成为了红海。

互联网公司进入到教育赛道平台型企业喜欢用平台型的打法，百度做了传课网，阿里做了淘宝教育，腾讯做了腾讯课堂，他们三者的共性在于都在各自的领域拥有极大的流量，我们把那个时代的教育平台定义为1.0时代。在教育平台的厮杀中，行业得到了一个最为宝贵的经验——“教育和流量本身就是有差别的”。

互联网平台型企业进入教育领域的方式出现了分化，差异性越来越明显，至此教育平台进入了2.0时代。我们注意到，整个教育市场虽然有所增长，但供给仍大于需求。企业更为关注的，将是拓客能力和优质课程的供给、服务能力——降低营销成本，提高营销的效率，将成为当前的重中之重。

众多在线教育机构都纷纷抢滩生源争夺，大量“价格战”和“营销战”异常激烈。在这轮在线教育大战结束之后，所遗留下来的老师、产品、技术、运营，整条供应链都会被互联网巨头以一种性价比极高的方式重新整合。